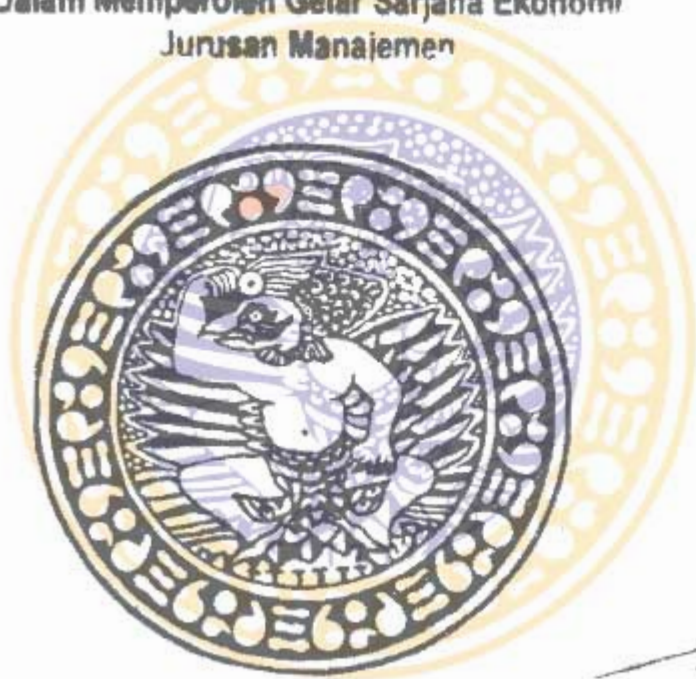


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMBELI MOBIL BMW DI PT
TUNAS MOBILINDO PARAMA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



DIAJUKAN OLEH:

ERA BHEKTIRAHAYU

No. Pokok: 049711287 F

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MEMBELI MOBIL BMW DI PT TUNAS MOBILINDO PARAMA SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

ERA BHEKTIRAHAYU

No. pokok : 049711287E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Dra.Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS

TANGGAL : 4/04
11

KETUA PROGRAM STUDI,



DR. H. AMIRRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL : _____



Surabaya,
Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Dra. Ec.Hj. DWI-UTAMI S., MS



ABSTRAK

Saat ini bisnis otomotif sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga *dealer-dealer* saling berlomba-lomba untuk memasarkan produknya di masyarakat. Dengan meningkatnya pendapatan masyarakat maka peminat mobil mewah semakin tinggi pula. Salah satu contoh mobil mewah yang populer di negeri ini adalah mobil BMW yang banyak diminati oleh semua golongan usia mulai dari remaja, dewasa maupun orang tua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk membeli mobil BMW. Variabel-variabel bebas diperoleh melalui diskusi dengan para pemilik mobil. Dari penelitian terdahulu diperoleh empat variabel bebas yaitu produk, harga, tempat distribusi dan promosi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk membeli mobil BMW.

Jumlah kuisioner yang disebarkan dalam penelitian ini adalah 100 buah kuisioner. Untuk menguji kuisioner dilakukan uji validitas dengan *Pearson Product Moment*, dan uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Analisa data dilakukan dengan teknik analisa regresi berganda dengan bantuan program SPSS 10.00. Untuk mencegah terjadinya bias dari hasil analisis maka disertakan beberapa asumsi klasik yaitu homoskedastisitas dan multikolinearitas.

Model persamaan regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = -1,859 + 0,660X_1 + 0,244X_2 + 0,172X_3 + 0,371X_4$$

Berdasarkan pada hasil analisa dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh yang signifikan baik secara partial ataupun secara simultan terhadap variabel terikat.

Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, tempat distribusi dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan sebesar 234,282. Dengan menggunakan uji t dapat diketahui variabel yang paling dominan yaitu produk atau X_1 sebesar 7,193.

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,908. Nilai ini menunjukkan bahwa 90,8% pengambilan keputusan calon pembeli mobil BMW dipengaruhi oleh produk, harga, tempat distribusi dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 9,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas dalam penelitian ini.